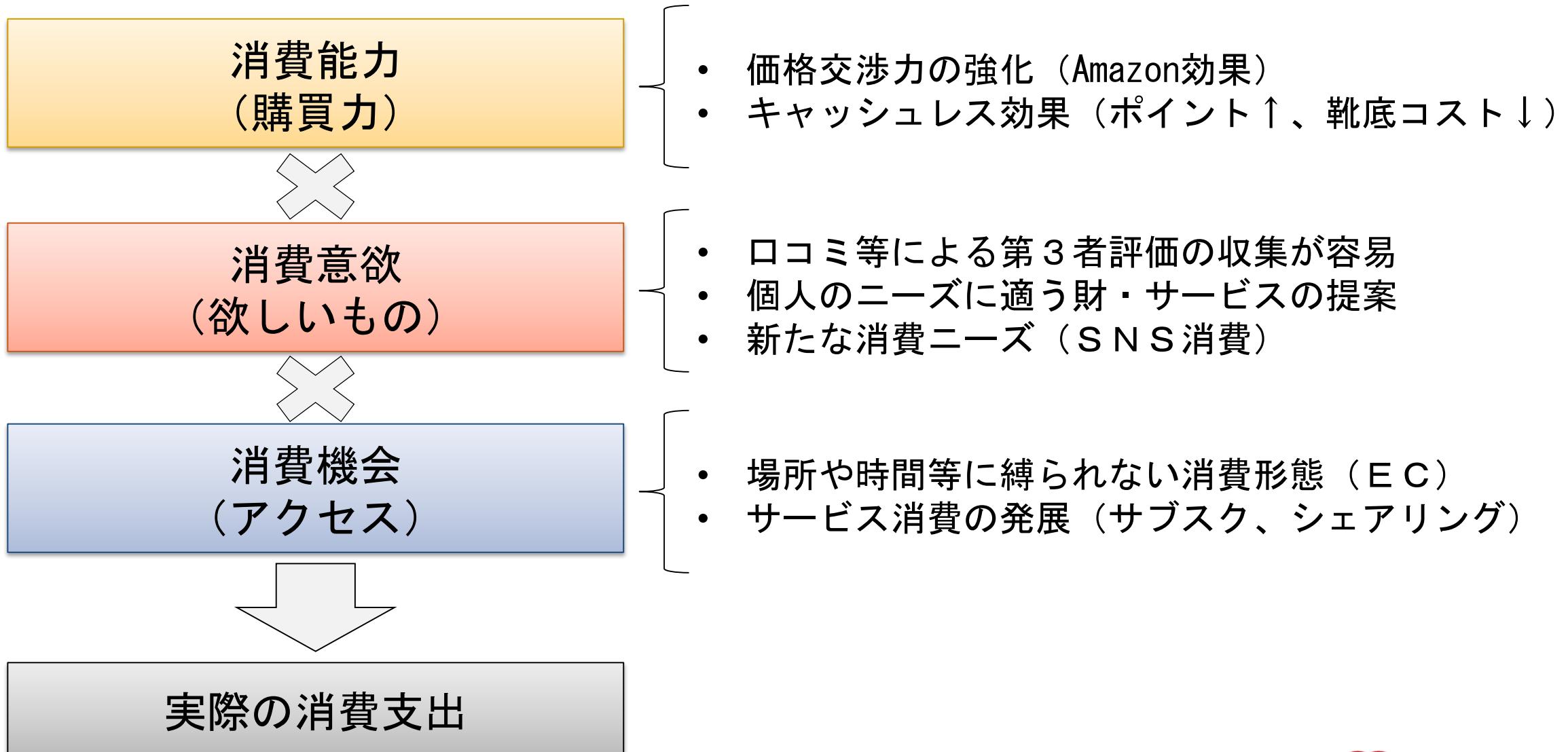


消費者行政新未来創造シンポジウム～新未来創造戦略本部開設1周年記念～  
パネルディスカッション「社会のデジタル化に対する日本の取組の方向性」  
説明資料

## デジタル化による消費へのプラス効果

2021年7月5日  
調査部 研究員 藤田隼平

## 0. デジタル化が消費に与えるプラスの影響



# 1. デジタル化×消費能力(購買力)

- オンライン価格は、実店舗の価格よりも低い傾向
- キャッシュレスは、支払いの迅速性や割引ポイント等に加え、コロナ後は衛生面もメリットに

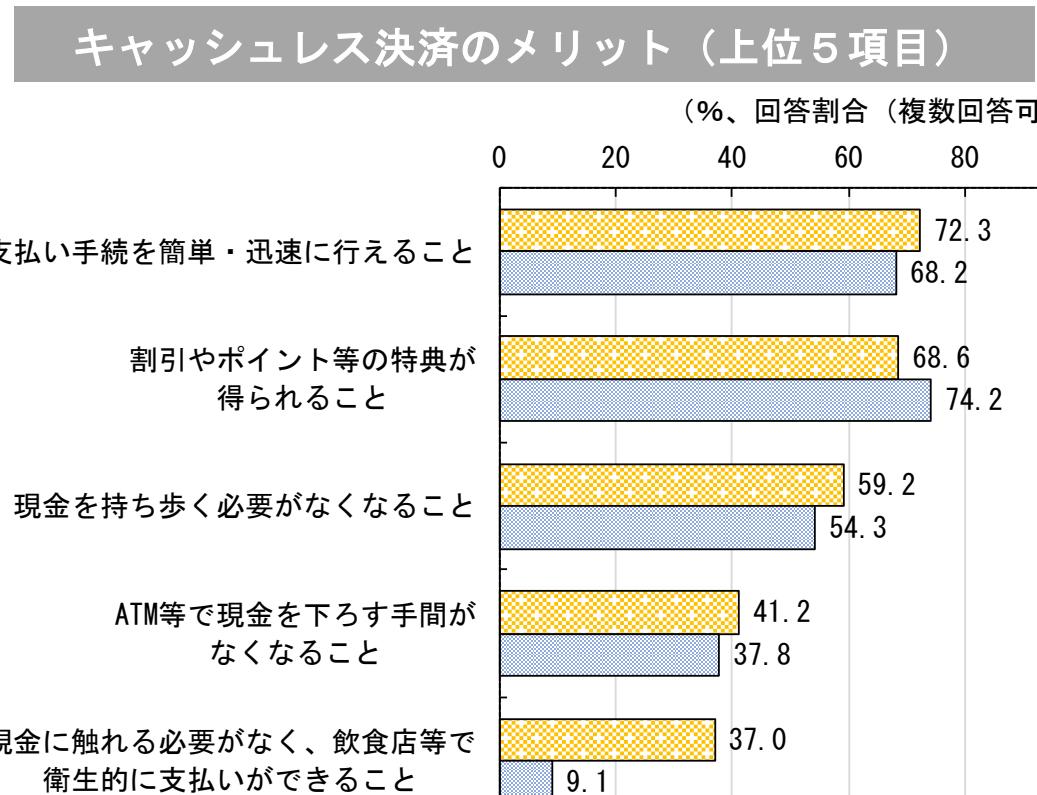
	オンライン価格 vs 実店舗価格		オンライン価格の平均的な割引率
	オンラインと実店舗の価格比較（構成比）	オンライン価格の方が低い	
日本	45%	7%	▲13%
米国	22%	8%	▲5%
ドイツ	23%	4%	▲8%
10か国計	18%	11%	▲4%

(注) 1. 調査対象は、アルゼンチン、豪州、ブラジル、カナダ、中国、ドイツ、日本、南アフリカ、英国、米国の10か国。

2. 原則、オンラインと実店舗の両方で販売を行っている企業が対象。日本の調査対象企業は、ビックカメラ、ケーズデンキ、ヤマダ電機、ローソンの4社。

(備考) 1. (左図) Cavallo, A. (2017) "Are Online and Offline Prices Similar? Evidence from Large Multi-Channel Retailers," *American Economic Review*により作成。

2. (右図) 消費者庁「キャッシュレス決済に関する意識調査（2020年12月確報）」により作成。（2020年12月：n=1849、2019年12月：n=1795）



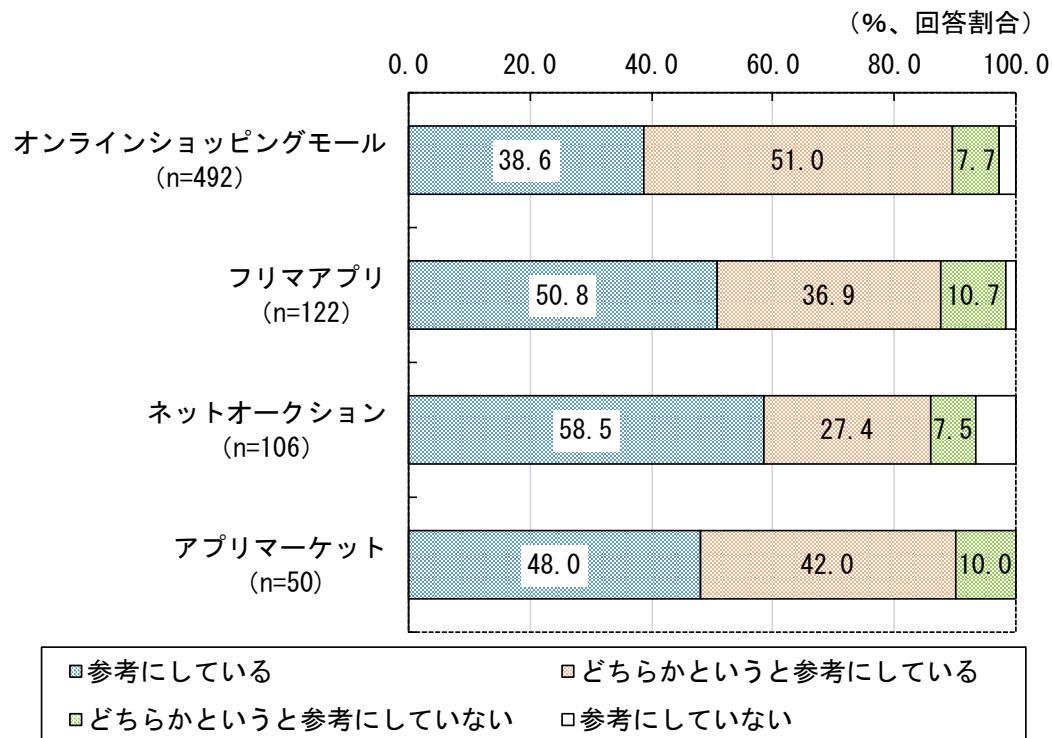
□2020年12月調査

□（参考）2019年12月調査

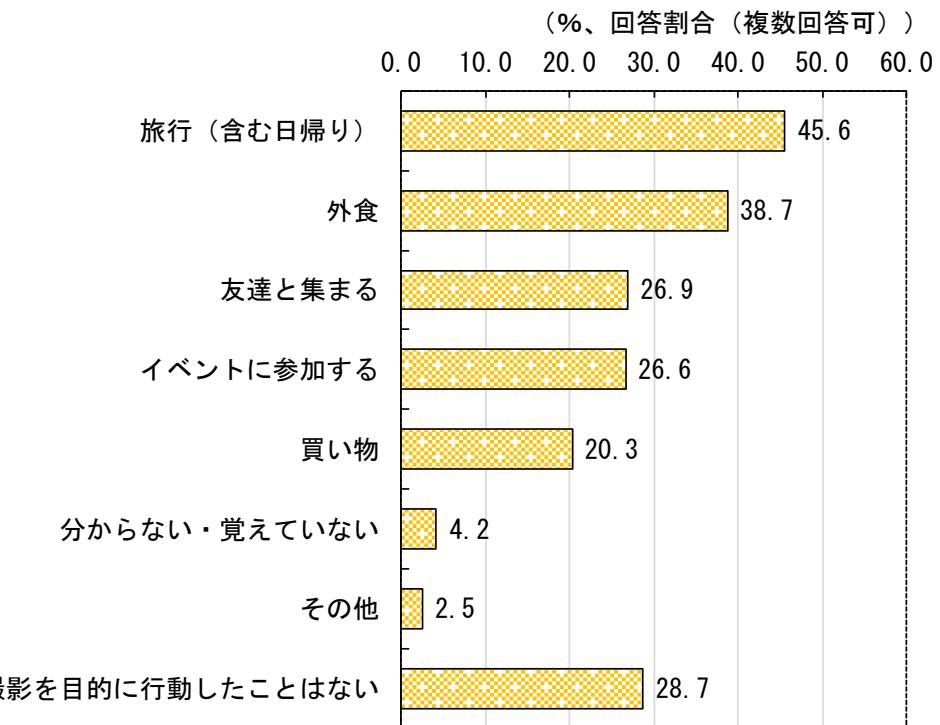
## 2. デジタル化×消費意欲(欲しいもの)

- 口コミやレビュー等、第3者による評価を参考にする消費者が多い
- SNSの普及は、新たな消費ニーズの喚起にもつながっている

商品や取引相手に関する評価やレビューの参考度



SNSに投稿するためにつながった行動



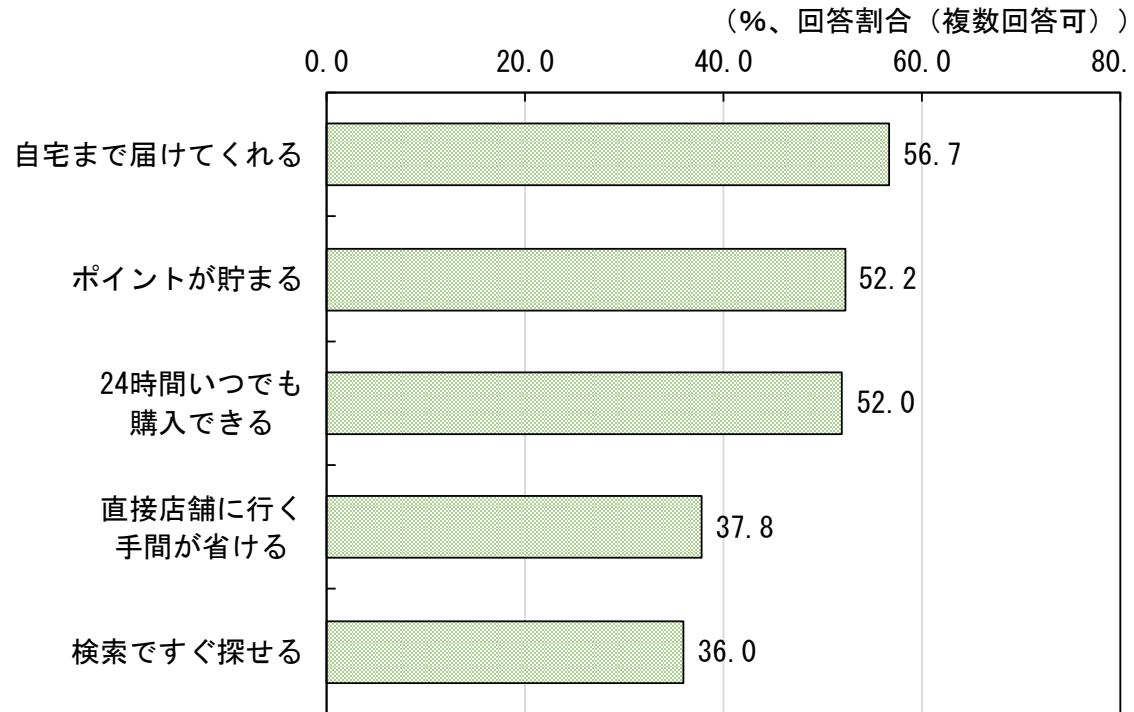
(備考) 1. (左図) 三菱UFJリサーチ&コンサルティング「プラットフォームサービスの利用状況に関するアンケート調査」(2019年度消費者庁委託調査)により作成。  
過去1年間にオンラインショッピングモール又はネットオークション、フリマアプリ、アプリマーケットのいずれかでの購入経験を有する者を対象。

2. (右図) 消費者庁「平成28年度 消費生活に関する意識調査」により作成。設問「あなたはSNSに写真や動画をアップしていますか」に対して「よくする」、「することがある」と回答した人  
(全調査対象3000人のうち759人)のうち、「アップする写真や動画を撮影することを目的に次のようなことをしたことがありますか」との問い合わせへの回答割合。

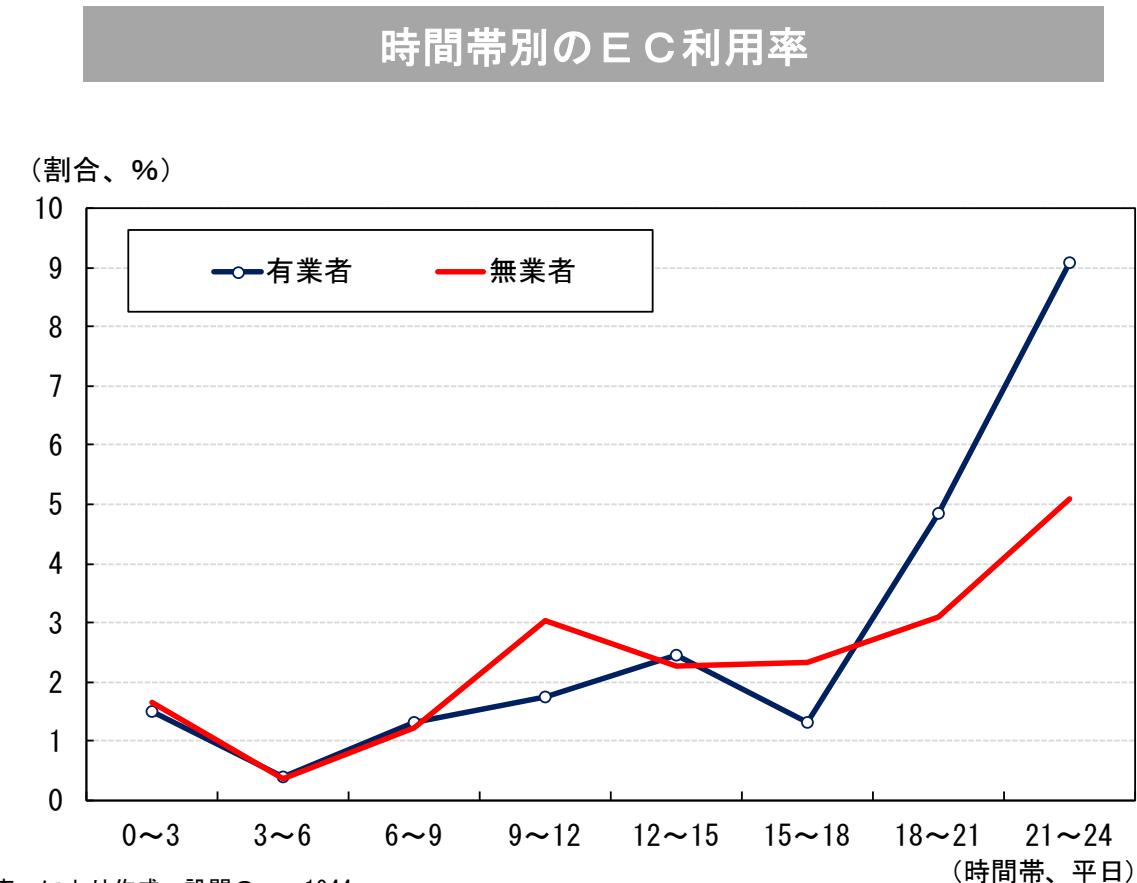
### 3. デジタル化×消費機会(アクセス)

- ECの市場規模は約21兆円（2019年：BtoCとCtoCの合計）に上り、消費者には様々なメリット
- 中でも消費場所や時間に縛られないメリットは大きく、消費機会の拡大に貢献

インターネットで商品を購入する際に良かった点  
(上位5項目)



時間帯別のEC利用率



(備考) 1. (左図) MMD研究所×スマートアンサー「2020年5月総合EC・ネットスーパー利用動向調査」により作成。設問のn = 1944。  
2. (右図) 総務省「平成28年社会生活基本調査」により作成。対象は15歳以上。

## ご利用に際して

---

- 本資料は、信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません
- また、本資料は、講演者の見解に基づき作成されたものであり、当社の統一的な見解を示すものではありません
- 本資料に基づくお客様の決定、行為、及びその結果について、当社は一切の責任を負いません。ご利用にあたっては、お客様ご自身でご判断くださいますようお願い申し上げます
- 本資料は、著作物であり、著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず、出所:三菱UFJリサーチ&コンサルティングと明記してください
- 本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要ですので、当社までご連絡下さい

三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社

[www.murc.jp/](http://www.murc.jp/)

録画・撮影・キャプチャーなどの行為、資料の二次利用を固くお断りいたします。